

連絡通路の頭上に10台のディスプレイを連続設置 行き交うお客様の視線をとらえる広告媒体を実現



導入先

中部国際空港株式会社さま

- 愛知県/常滑市
- 成田国際空港・関西国際空港と並ぶ国際拠点空港として、2005年に開港。愛称は「セントレア」。充実した国際線・国内線ネットワークで、中部地方の新しい空の玄関口として親しまれている。



導入商品

インフォメーションディスプレイ
PN-R703(70V型)×10台
コンテンツ配信/表示システム
e-Signage Pro EX

- 鉄道駅やバス・タクシー乗り場などが集まるアクセスプラザと、旅客ターミナルビルを結ぶ連絡通路に10台を導入。

こんなソリューションを実現しました。

導入前の課題

空港内への広告出稿に関して「デジタルサイネージ」を希望されるクライアントが増加。既設のコルトン看板に代わる広告媒体として、訴求力が高く、手軽に操作・運用できるデジタルサイネージシステムを検討していました。

大画面かつ動きのある映像表示で注目率がアップ。訴求力にすぐれた広告媒体を実現。

簡単操作で表示映像を変更。クライアントの要望に応える、きめ細やかな運用が可能に。

サイネージ広告枠の発売開始直後に今年度分が完売。収入面でも予想を上回る成果。



中部国際空港株式会社
営業推進本部 商業事業部 施設活用グループ
原田 有隆さま グループリーダー 後藤 賢二さま

■ 導入の背景

デジタルサイネージのニーズが拡大、 広告媒体としてのディスプレイ導入を検討。

近年、空港内の広告媒体への出稿に関して、「デジタルサイネージ」を希望されるクライアントが増えています。総合案内所や銘品館などで、施設案内や販売促進に特化したディスプレイは設置していたものの、純粋に広告媒体としてのディスプレイは用意していませんでした。当空港としてもデジタルサイネージの必要性を認識していたため、独自に調査や検討をはじめ、2005年の開港当初から使用していた連絡通路のコルトン看板のリプレースを計画。訴求力や運用性の高さを兼ね備えた、デジタルサイネージシステムを探していました。

■ 選ばれた理由

e-Signage (コンテンツ配信 / 表示システム) の操作性を評価。 輝度の高さや画面の大きさも決め手に。

デジタルサイネージを導入するなら、クライアントの要望に応じて、時間帯別などで表示内容を変更するケースを想定。そこで決め手となったのが「e-Signage」です。操作性を試したところ非常に簡単に扱え、これなら難なく運用できると確信しました。

また、ディスプレイは明るい空間でも視認性を確保できる輝度の高さ、天井から吊り下げても通行の妨げにならず、かつ訴求力のある大きさなどを考慮した結果、高輝度タイプの70V型ディスプレイを有していたシャープに決めました。

■ 導入後の効果

大画面映像で注目率のアップを実感。 クライアントにとっても「出稿しやすい媒体」が完成。

連絡通路を利用するお客様の様子を観察すると、広告を見上げる方が確実に増えたように感じます。また、広告素材のリサイズや出力が必要なコルトン看板と違い、テレビCM用の素材をそのまま活用できるため、クライアントの立場でも「広告を出しやすい媒体」になったと自負しています。数ある広告枠の中でもサイネージ枠の関心は高く、発売開始後、今年度分が売り切れるなど、営業面でも大きな成果を上げています。

■ 今後の展望

広告媒体メニューの強化・拡充を目的に、 さらなるリプレースなどを検討。

広告媒体としてのディスプレイ導入は、連絡通路が初めてです。今回のプロジェクトを通して、お客様の動線に正対するようにディスプレイを取り付けると、認知率が高まるという点を実感しました。今後は空港内のその他の広告媒体についても調査や検討を進め、効果、必要性などを総合的に判断しながらディスプレイへのリプレースや新規導入を行い、より多くのお客様にアピールできる広告メニューの拡充を図っていきたいと思います。



8台のコルトン看板から計10台のディスプレイが連なる構成へとリプレース



通路両脇から光が差し込む環境下でも明るく見やすい



内蔵スピーカーからの音声出力によりアテンション力も向上